

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PERANAN *ACCOUNT EXECUTIVE* DALAM MENCARI KLIEN**  
**DI RIA FM SOLO**



Disusun oleh :

Syahristo Frandistya

D1314096

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Ahli Madya (A.Md) Dalam Bidang Komunikasi Terapan

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**  
**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**  
**SURAKARTA**

**2017**

## PERSETUJUAN

### PERANAN *ACCOUNT EXECUTIVE* DALAM Mencari Klien DI RIA FM SOLO

Disusun Oleh :

**NAMA** : SYAHRISTO FRANDISTYA  
**NIM** : D1314096  
**KONSENTRASI** : PERIKLANAN

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan tim Penguji

Pada Progam Studi Diploma III Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 19 September

Pembimbing,



Vivin Sulistyowati, S.E ,M.M

NIP : 1980041920130201

## PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh panitia Ujian Tugas Akhir

Program D III Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari : Rabu

Tanggal : 30 Agustus 2017

Disusun Oleh :



Syahricto Frandistya

D1314096

Panitia Ujian Tugas Akhir	Nama	Tanda tangan
1. Penguji 1	Sri Harnani Widyawati. S.E, M.Si	<u>Nuli..</u>
2. Penguji 2	Vivin Sulistyowati. S.E, M.M	<u>Vivin</u>

Mengetahui

Dekan,

Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si

NIP. 196108251986012001

## PERNYATAAN

Nama : Syahristo Frandistya

NIM : D1314096

Konsentrasi : Periklanan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir berjudul “**PERANAN ACCOUNT EXECUTIVE DALAM Mencari Klien di RIA FM SOLO**” adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam tugas akhir tersebut diberi tanda citasi dan di tunjukan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan tugas akhir dan gelar yang saya peroleh dari tugas akhir tersebut.

Surakarta, 18...September...2017

Yang Membuat Pernyataan,



Syahristo Frandistya

## **MOTTO**

*Orang yang tidak bisa mengorbankan sesuatu,  
tak akan bisa mengubah apapun  
(Armin Arlert)*

*Yakinlah pada dirimu sendiri,  
Berjuanglah  
(Mikasa Ackerman)*

## **PERSEMBAHAN**

**Karya ini penulis persembahkan untuk :**

1. Allah SWT, karena atas rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan kondisi sehat walafiat.
2. Junjungan penulis, Rasulullah SAW.
3. Kedua orang tua yang selama ini telah membesarkanku dan senantiasa dengan sabar membimbingku untuk menjadi manusia yang sadar dan berguna.
4. Kakak, saudara dan semua keluarga yang selalu menemani menghabiskan hari-hariku.
5. Teman-teman jalan-jalan men yang selalu memberikan dukungan dan doa selama mengerjakan tugas akhir.
6. Keluarga kandang bagong yang selalu memberikan support dalam mengerjakan tugas akhir
7. Semua teman-teman DIII Periklanan 2014 yang telah menemaniku hingga saat ini dan telah banyak penulis repotkan semasa kuliah.
8. Semua pihak yang telah ikut serta terlibat dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

## KATA PENGANTAR

Pertama penulis panjatkan puji syukur kepada ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kuliah kerja media sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapat gelar Ahli Madya dalam bidang studi Advertising yang berjudul **“PERANAN ACCOUNT EXECUTIVE DALAM Mencari Klien di RIA FM SOLO”**.

Maka ijinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu penulis dalam menyelesaikan laporan kuliah kerja media ini. Dalam hal ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Drs. Sudarmo, M.A, Ph.D selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Mahfud Anshori, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Diploma III Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Ibu Vivin Sulistyowati, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik selama masa perkuliahan dan Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberi masukan yang berguna bagi penulis.

5. Ibu Sri Harnani Widyawati, S.E, M.Si selaku Dosen Penguji, yang telah meluangkan waktu untuk menguji penulis untuk mendapatkan gerlarnya.
6. Keluarga besar Kompas Gramedia, khususnya RIA FM Solo yang telah memberikan wawasan, pengetahuan, kesempatan, tempat, dan fasilitas dalam melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Media.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi DIII Periklanan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta yang selama ini telah memberikan bimbingan dan ilmunya kepada penulis.
8. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan pelayanan administrasi kepada penulis.
9. Bapak dan Ibu yang selalu mendukung dan memberikan semangat yang tiada habisnya.
10. Saudara yang memberikan semangat juga menghibur melalui canda tawanya.
11. Serta seluruh pihak yang memberikan bantuan dalam bentuk apapun kepada penulis sehingga mempermudah proses pelaksanaan Kuliah Kerja Media dan penyusunan laporan Tugas Akhir.

Surakarta,

Penulis

Syahristo Frandistya



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
RINGKASAN .....	xiii
 BAB I       PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan Kuliah Kerja Media .....	4
C. Manfaat Kuliah Kerja Media .....	5
D. Tata Laksana Kegiatan.....	6
 BAB II       KERANGKA TEORI DAN <i>FOCUS OF INTEREST</i>	
A. Kerangka Teori	
1. Pengertian Periklanan.....	8
2. Proses Pemasaran .....	9

	3. Konsep Pemasaran .....	11
	4. Periklanan .....	12
	5. Klasifikasi Periklanan .....	14
	6. Fungsi-Fungsi Periklanan .....	16
	7. <i>Account Executive</i> .....	17
	8. Radio.....	21
	9. Sekilas Tentang <i>Event Organizer (EO)</i> .....	25
	B. <i>Focus of Interest</i>	
	1. Peranan <i>Account Executive</i> pada Sebuah Media.....	26
BAB III	PROFIL RIA FM SOLO	
	A. Sejarah RIA FM Solo.....	29
	B. Visi dan Misi .....	29
	C. Profil Perusahaan .....	31
	D. Logo dan Struktur Perusahaan .....	32
	E. Klien RIA FM Solo.....	36
BAB IV	PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA	
	A. Kegiatan KKM Sebagai <i>Account Executive</i> di RIA FM Solo	
	(PT Kompas Gramedia) .....	37
	1. Minggu Pertama .....	37
	2. Minggu Kedua.....	38
	3. Minggu Ketiga .....	39

4. Minggu Keempat.....	40
5. Minggu Kelima .....	40
6. Minggu Keenam.....	43
7. Minggu Ketujuh .....	45
8. Minggu Kedelapan .....	47
9. Minggu Kesembilan.....	48
10. Minggu Kesepuluh .....	50

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan .....	52
B. Saran.....	53

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Logo Perusahaan .....	32
Gambar 3.2 Struktur Perusahaan.....	33

## RINGKASAN

***Syahricto Frandistya, D1314096 Komunikasi Terapan Minat Periklanan mengambil Judul Tugas Akhir : Peranan Account Executive Dalam Mencari Klien di RIA FM Solo pada tahun 2017.***

Kuliah Kerja Media (KKM) adalah kegiatan belajar langsung di lapangan pekerjaan, KKM bertujuan untuk menambah wawasan mahasiswa agar dapat mengerti dunia kerja yang sesungguhnya. Selain itu KKM juga menjadi syarat memperoleh gelar Ahli Madya di bidang periklanan. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media di RIA FM Solo selama kurang lebih 2,5 bulan mulai dari tanggal 16 Februari sampai dengan 29 April 2017.

Penulis mengambil bagian *Account Executive* saat melaksanakan Kuliah Kerja Media, karena *Account Executive* dapat dikatakan sebagai mata rantai antara agen periklanan dan kliennya, dengan fungsinya untuk melayani klien secara efisien untuk melayani klien secara efisien untuk mempertahankan dan meningkatkan keuntungan *Account Executive* harus memiliki keterampilan kuat dalam menulis, melakukan presentasi, berbicara dan menguasai bidang pemasaran dan aspek periklanan serta selalu mengikuti pasar dan kecenderungan konsumen

RIA FM Solo, adalah biro iklan yang bergerak di bidang radio dan merupakan anak perusahaan dari Kompas Gramedia. Memiliki visi dan misi untuk menjadi radio nomor satu serta berpedoman pada 5C nilai keutamaan Kompas Gramedia untuk menunjang dalam meraih visinya.

Tujuan *Account Executive* adalah membuat calon klien tertarik terhadap jasa yang ditawarkan Agency. Penulis melakukan praktek kerja sebagai *Account Executive* dalam RIA FM Solo selama kurang lebih 2,5 bulan untuk mencoba mencari klien agar menggunakan jasa di agensi yang penulis tawarkan.

Dalam pelaksanaan KKM penulis belajar banyak mengenai *Account Executive* mulai dari proses kerjanya mencari klien, menangani klien dan memberikan brief kepada team. Selama menjalani KKM menyimpulkan bahwa *Account Executive* harus memiliki wawasan yang luas dan komunikasi yang baik, serta mengetahui pelayanan yang disediakan oleh agensi iklan tempat dilaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) yang dipilih penulis.

Kata Kunci : Kuliah Kerja Media, Iklan, *Account Executive*